

# B-Facts

## Wirtschaftsnachrichten Architektur | Business Facts Architecture

Wir möchten Sie umfassend und präzise über das Wirtschaftsgeschehen im Architekturbereich informieren. Dabei kommen Architekten und Unternehmen gleichermaßen zu Wort und berichten zeitnah über aktuelle Markt- und Projektentwicklungen. We want to provide you with comprehensive and precise information on the economic situation in the architectural industry. Architects and corporations alike will have the opportunity to present their opinion and report in a timely manner on topical market and project developments.



von Christoph Roselius & Julian Hillenkamp

### Biobürger

„Öko ist out – Bio ist in“ titelte vergangenen Sommer ein Hamburger Szeneblatt. Von „Neo-Grünen“ und dem „Öko 2.0“ ist in anderen Magazinen die Rede. Gemeint ist eine neue Generation von Konsumenten, die unter der Abkürzung „LOHAS“ (Lifestyle of health and sustainability) bekannt wurde. Das Neue daran: Marke, Mode, Lifestyle einerseits und Qualität, Ethik, Nachhaltigkeit andererseits schließen sich nicht mehr aus. Die gestalterische Herausforderung dieses Trends ist, dass die ökologischen und nachhaltigen Aspekte nicht mehr unmittelbar stilprägend sind. Der LOHAS unterscheidet sich vom „Öko alter Schule“ dadurch, dass er sein Verantwortungs- und Gesundheitsbewusstsein in der Gestaltung seiner Umgebung nur implizit zum Ausdruck gebracht sehen will. Eine Strategie des implizierenden Designs haben wir bei dem von uns kürzlich fertiggestellten Restaurants „nat. Fine Bio Food“ verfolgt. Der Claim der Restaurantkette – Natur kommt in die City – war Leitfaden des gestalterischen Konzeptes. Motive aus der Natur wurden so weit abstrahiert, dass sie nur zu erahnen sind; die Decke lässt Assoziationen mit Wolkenbildern aufkommen, die Stützen erinnern vage an Baumstämme, hinterleuchtete Wände entgrenzen durch überdimensional vergrößerte Pflanzen- und Kräuterpanoramen den Raum. Der Grundwiderspruch eines naturorientierten Restaurants in einem verdichteten urbanen Umfeld wurde zur gestalterischen Pointe.

### Organic Citizens

„Eco is out - Bio is in“ was the headline of a trendy Hamburg magazine last summer. Other magazines talk about „Neo-Greens“ and „Eco 2.0“. What is meant by this is a new generation of consumers, who have become known under the abbreviation „LOHAS“ (Lifestyle of health and sustainability). The new thing about it: Brand, fashion, lifestyle on one hand and quality, ethics, sustainability on the other hand are no longer mutually exclusive. The design challenge of this trend is that ecological and sustainable aspects are no longer influencing the style. LOHAS differ from the „old-fashioned Eco“ in that they want to have their sense of responsibility and health consciousness implicitly expressed in the design of their environment. We have followed a strategy of implicit design in the „nat. Fine Bio Food“ Restaurant, which we completed recently. The claim of the chain restaurant - Nature comes to the City - was the guiding principle of the design concept. Motifs from nature were abstracted to the extent where they can only be surmised; ceiling conjures up associations with cloud images, the columns are vaguely reminiscent of tree trunks, back walls dissolve the spatial boundaries with over-dimensionally enlarged plant and herb panoramas. The basic contradiction of a nature-oriented restaurant in a dense urban environment has become the creative punchline.



Fotos: Studio Uwe Gartner

Ökologische Aspekte sind nicht mehr unmittelbar stilprägend.